



Istituto d'Istruzione Superiore "Federico Flora"

Istituto Tecnico per il Turismo

Istituto Professionale per i Servizi

Commerciali – Enogastronomia e Ospitalità Alberghiera – Socio Sanitari

33170 Pordenone - Via Ferraris n. 2 Tel. 0434.231601 - 0434.538148 Fax: 0434.231607

Sito Web:

www.istitutoflora.gov.it

e-mail:

pnis00800v@istruzione.it

Casella Posta Certificata:

pnis00800v@pec.istruzione.it

C.f.:

80009070931



Programma svolto

Anno scolastico:	2017 - 2018
------------------	-------------

Istituto (professionale/tecnico)	Indirizzo:	articolazione:
Tecnico	Turistico	

classe:	5 [^] BTT
---------	--------------------

Disciplina:	Discipline Turistiche e Aziendali
-------------	-----------------------------------

docente:	Maria Celozzi
----------	---------------

Libro di testo:	G. Campagna, V. Lo Console – Scelta Turismo 3- Tramontana
-----------------	---

MOD. DISCIPLINARE 1 - Analisi e controllo dei costi nelle imprese turistiche

periodo/durata	titolo
Novembre/Gennaio	<p>a) Analisi dei costi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - classificazione dei costi; - rappresentazione grafica dei costi; <p>b) Controllo dei costi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il metodo del direct costing, problemi di scelta del prodotto da promuovere, make or buy; - Il metodo del full costing, le configurazioni di costo, full costing a base unica; - La break even analysis, determinazione del punto di pareggio, rappresentazione grafica del punto di pareggio.

MOD. DISCIPLINARE 2 - Prodotti turistici a catalogo e a domanda

Gennaio/Aprile	<p>a) L'attività dei tour operator:</p> <ul style="list-style-type: none">- definizione ed attività dei Tour Operator;- fasi di realizzazione dei pacchetti turistici;- i contratti tra tour operator e fornitori dei servizi turistici;- predisposizione del programma di viaggio di un pacchetto turistico a catalogo; <p>b) Il calcolo del prezzo di un pacchetto turistico:</p> <ul style="list-style-type: none">- determinazione del prezzo col metodo del full costing;- determinazione del prezzo col metodo del break even point; <p>c) Promozione e commercializzazione dei pacchetti turistici;</p> <p>d) Business travel</p> <ul style="list-style-type: none">- Viaggi incentive;- Eventi aggregativi;- Fasi di un congresso;
----------------	--

MOD. DISCIPLINARE 3 - Marketing territoriale

periodo/durata	titolo
Maggio/giugno	<ul style="list-style-type: none">- Definizione di prodotto/destinazione;- Definizione di marketing territoriale e ruolo degli enti pubblici;- I fattori di attrazione di una destinazione turistica;- L'analisi SWOT;- Piano di marketing territoriale;- Cenni pianificazione, programmazione e controllo nelle imprese turistiche

Data
30/05/2018

Il docente
Maria Celozzi